



Посредники в канале распределения

Существует четыре класса посредников:

- оптовые торговцы,
- агенты, брокеры
- розничные торговцы,
- специализированные сервисные компании



Оптовые торговые предприятия

- **Оптовая торговля** (*по экономической сущности*) представляет процесс продажи товаров для дальнейшей перепродажи, а *по материальному содержанию* – процесс по осуществлению доведения этих товаров от производства до розничных предприятий с целью последующего их доведения до конечных потребителей.



Оптовые посредники

Оптовые посредники бывают двух типов: оптовые торговцы и оптовые агенты.

- **Оптовые торговцы** – осуществляют куплю-продажу по своей инициативе, за счет собственных и привлеченных средств, принимают на себя право собственности и все сопутствующие риски, а затем перепродают продукцию и услуги розничным торговцам и корпоративным покупателям для перепродажи, промышленной переработки, потребления.
- **Оптовые агенты** – не обладают правом собственности на продукцию (услуги), не несут соответствующих рисков, а лишь способствуют заключению сделки, т.е. передаче права собственности от продавца (например, производителя) оптовому торговцу, розничному торговцу или корпоративному покупателю.



Оптовые торговые предприятия

Цели развития оптовой торговли:

- создание развитой структуры каналов распределения;
- поддержание необходимой интенсивности товаропотоков;
- формирование резервных источников финансового обеспечения процесса товароснабжения.



Оптовые торговые предприятия

Основные задачи оптового торгового предприятия:

- поиск поставщиков товаров для розничных предприятия и других покупателей;
- закупка товаров у производителей и их доставка, хранение;
- формирование торгового ассортимента в соответствии с требованиями розничных предприятий;
- обеспечение предприятиям-производителям сбыта их товаров;
- маркетинговые исследования для производителей товаров и розничных торговых предприятий;
- информационное обслуживание.



Оптовые торговые предприятия

На макроуровне оптовая торговля выполняет следующие функции:

- **интегрирующую** (по обеспечению взаимосвязи между партнерами по поставкам продукции, по нахождению каналов сбыта),
- **оценочную** (по определению уровня общественно-необходимых затрат труда через ценообразование),
- **организующую и регулирующую** (по обеспечению рационального построения и гармонического функционирования экономических систем с помощью импульсов, стимулирующих структурные изменения).



Оптовые торговые предприятия

На микроуровне функции оптовых торговых предприятий:

- экономическая интеграция территории и преодоление пространственного разрыва;
- преобразование производственного ассортимента в торговый;
- Формирование товарных запасов;
- сглаживание цен;
- хранение, доработка, доведение товаров до требуемого качества;
- фасовка, упаковка;
- кредитование;
- маркетинговые исследования рынка;
- организация рекламных кампаний;
- риски связанные с ответственностью за товары и расходы.



Оптовые торговые предприятия

Новые функции в деятельности оптовых предприятий:

- услуги по управлению;
- консультация по использованию товаров;
- коммерческое кредитование;
- финансирование сделок;
- гарантийное обслуживание и др.



Выбор оптового предприятия

Нужно знать:

- ассортимент товаров, которым занимается данный оптовик;
- зону его действия;
- коммерческое положение, которое определяется продолжительностью работы на данном рынке;
- динамику отчетных показателей за последние несколько лет;
- структуру капитала;
- средний возраст руководящего персонала, его профессионализм;
- оценку данного оптовика его коллегами;
- умение привлекать новых клиентов;
- техническую оснащенность и организацию технологических процессов на складах;
- о наличии удобных подъездных путей к складам;
- систему учета складских запасов;
- политику цен, которую ведет оптовик.



Оптовые торговые предприятия. Классификация

Оптовые предприятия с полным набором функций – независимые предприятия, имеющие право собственности на товар. Они делятся на:

- **Оптовые предприятия, реализующие широкий ассортимент товаров**, обеспечивающие полный комплекс функций распределения. Характерен для торговли универсальным ассортиментом товаров.
- **Специализированные оптовые предприятия** предлагают относительно узкий ассортимент товаров, но широкой номенклатуры. Они также выполняют все функции распределения и встречаются в производстве и реализации продуктов питания, автозапчастей, рыбопродуктов и пр.



Оптовые торговые предприятия. Классификация

Оптовые предприятия с ограниченным набором функций:

- **Оптовые предприятия, поставляющие** в супермаркеты, универсамы и крупные продовольственные магазины **сопутствующие промышленные товары на условиях консигнации** (игрушки, товары бытового назначения, косметика и пр.)
- **Оптовые предприятия самообслуживания типа «cash and carry»** обслуживают ритейлеров, чьи заказы меньше нормы грузовой отправки производителя или регулярного оптовика). Продают товар только за наличный расчет, не поставляют транспортных услуг, не предоставляют кредита или информации о рынке и реализуют ограниченный ассортимент. Типичная сфера деятельности – продажа ассортимента FMCG.



Оптовые торговые предприятия. Классификация

- **Оптовые предприятия прямой поставки** – владельцы товара, но физически его не обрабатывают, не хранят и не поставляют клиенту. Принимают заказы от розничных и оптовых торговых предприятий и организуют прямую поставку от производителя потребителю: большие партии угля, стройматериалы, химическая продукция и т.п.
- **Мелкооптовые предприятия**, имеют небольшие склады и поставляют товар на розничные предприятия. Могут реализовать товар «с колес». Продают товары ограниченного ассортимента: ежедневного спроса, мясо, табак и др.



Классификация посредников

Агенты и брокеры не являются владельцами товара и выполняют ограниченный набор функций. Следующие группы:

Агенты производителя действуют за счет принципала (физическое или юридическое лицо, от имени которого действует агент, представитель) и от его имени, не являясь при этом его служащим. Агент производителя действует на долговременной контрактной основе, представляя интересы в сетях дистрибуции мелких производителей, получая комиссионное вознаграждение, зависящее от объема продаж.

Торговые агенты совершают операции сбыта товаров по поручению принципала (обычно фирмы-изготовителя продукции) за его счет и от его имени. Права и обязанности агента регламентированы агентским соглашением. Торговый агент также может оказывать содействие производителю в оформлении кредита, в обработке и консолидации заказов ритейлеров и потребителей.



Классификация посредников

Использование услуг агента для продажи товара оправдана, если:

- фирма недостаточно сильна в финансовом отношении;
- осуществляет выход на рынок, который плохо изучен;
- послепродажный сервис товара незначителен по объему и сложности;
- товар можно отгружать покупателю без предпродажного сервиса.



Классификация посредников

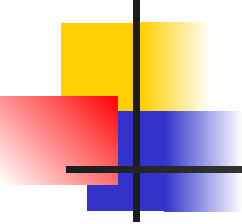
Выбор агентской фирмы должен основываться на анализе следующей информации:

- какова его зона действия;
- достаточно ли велик объем его операций;
- удовлетворителен ли по уровню квалификации штат его служащих;
- имеет ли агент достаточное число деловых связей;
- удачно ли вписывается товар производителя в перечень товаров, которыми занимается агент;
- покрывают ли зоны действия всех агентов территорию, интересующую фирму.



Классификация посредников

- **Брокеры.** Как правило, независимые юридические или физические лица.
Основная задача – свести покупателя с продавцом и помочь им договориться. В отличие от агентов брокеры обычно не связаны с определенным производителем, выполняют отдельные поручения, их роль – принимать участие в переговорах между сторонами. Брокер не держит товарных запасов, не принимает участия в финансировании сделок, ограничен в принятии на себя риска. Распространенный тип посредника в биржевых сделках.
- **Специализированные сервисные компании** – коммерческие организации, подрядчики, специализирующиеся на выполнении определенных сбытовых функций. Это транспортные агентства, складские агентства, рекламные агентства, фирмы, проводящие рыночные исследования, финансовые и страховые компании.

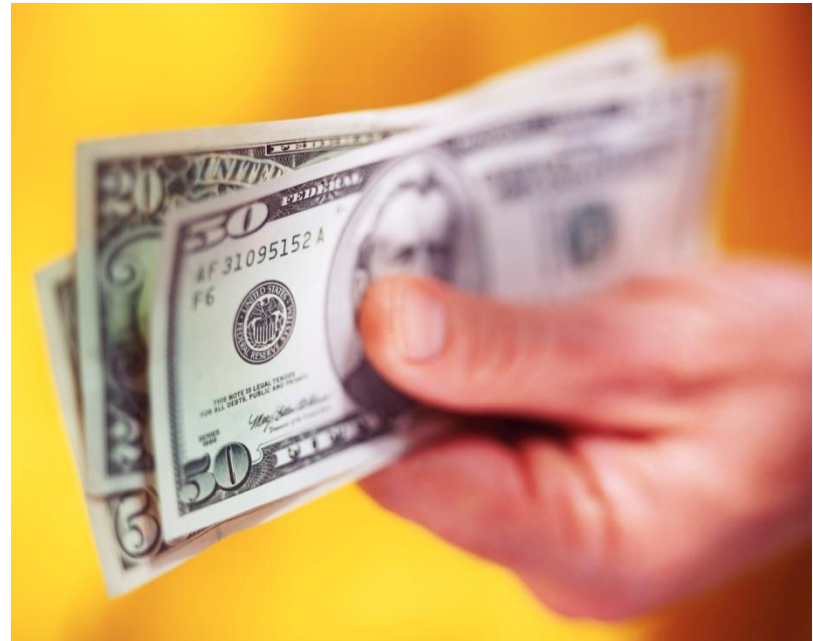


Классификация посредников. Розничные торговые предприятия

- **Интегрированное распределение** – мощная сбытовая система, объединяющая функции оптовой и розничной торговли (супермаркеты, гипермаркеты или сети магазинов). Эта формула торговли основана на шести управленческих правилах:
 1. Широкий ассортимент товаров наибольшего спроса, обеспечивающих быструю оборачиваемость запасов.
 2. Низкие закупочные цены, благодаря большим объемам закупок и рыночной власти над поставщиками.
 3. Низкая наценка и низкие розничные цены.
 4. Динамичное продвижение товаров для привлечения покупателей в магазин.
 5. Экономия на масштабе в управлении (транспорт, хранение, упаковка) и на количестве персонала за счет самообслуживания.
 6. Длительные отсрочки платежей (на 90 дней) при закупках товаров, обычно реализуемых в течение 15 дней, для накопления дополнительных финансовых ресурсов.

Классификация посредников. Розничные торговые предприятия

- **Независимые розничные торговцы** – продают товары непосредственно конечным пользователям для удовлетворения их личных потребностей.
Приобретают права собственности на продаваемые товары, их вознаграждение равно торговой наценке (торговая маржа - разнице между ценой покупки и ценой продажи).





Розничные торговые предприятия

- **Розничные продавцы** – наиболее важный тип посредников, поскольку располагаются в точке непосредственного контакта с клиентами.
- Розничные посредники (ритейлеры – retailers) осуществляют куплю-продажу по своей инициативе за счет собственных и привлеченных средств для последующей перепродажи продукции преимущественно индивидуальным покупателям (потребителям).



Розничные торговые предприятия

- **Функция розничной торговли** – добавлять ценность по следующим параметрам (производителю трудно их заменить в большей части этих параметров) :
 1. Разбиение партий товаров на более мелкие;
 2. Формирование такого ассортимента продукции, чтобы клиенты могли совершить нужные покупки за одно посещение магазина;
 3. Создание товарного буфера между производителем и потребителями, чтобы товары были доступны по первому требованию;
 4. Предоставление сопутствующих услуг: размещение, демонстрация, кредит, доставка, сборка, ремонт, возврат и гарантийный ремонт.



Классификация розничных торговых предприятий

- **Формат торговли** - это совокупность параметров, по которой определяется принадлежность торгового предприятия к какому либо существующему в мировой практике стандарту.
- **Формат в розничной торговле** - это совокупность характеристик, четко определяющих роль торговой точки для потребителей. Формат магазина в первую очередь зависит не от его внешних характеристик, а от ценности торговой точки для покупателей:
 1. Местоположение
 2. Ассортимент (характер и качество)
 3. Цена
 4. Реклама и продвижение
 5. Предлагаемые услуги
 6. Физические атрибуты магазина
 7. Внутренняя атмосфера магазина
 8. Послепродажный сервис